

MUHANDISLIK

& IQTISODIYOT

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

2026-YIL
IYUN/6-SON, II-QISM



Milliy nashrlar

OAK: <https://oak.uz/pages/4802>

05.00.00 - Texnika fanlari

08.00.00 - Iqtisodiyot fanlar



Google Scholar

OPEN ACCESS

ULRICHSWEB™
GLOBAL SERIALS DIRECTORY

Academic Resource Index
ResearchBib

ISSN INTERNATIONAL
STANDARD SERIAL
NUMBER
INTERNATIONAL CENTRE

CYBERLENINKA

OpenAIRE

ROAD

INDEX COPERNICUS
INTERNATIONAL

BASE

Crossref

НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ
БИБЛИОТЕКА
LIBRARY.RU



ISSN: 3060-463X

РЭУ.РФ
РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА
ТАШКЕНТСКИЙ ФИЛИАЛ



muhandislik **& iqtisodiyot**

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

Elektron nashr, 2026-yil, iyun.

Bosh muharrir:

Zokirova Nodira Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori, DSc, professor

Bosh muharrir o'rinbosari:

Shakarov Zafar G'afarovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori, PhD, dotsent

Tahrir hay'ati:

Abduraxmanov Kalendar Xodjayevich, O'z FA akademigi, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Sharipov Kongratbay Avezimbetovich, texnika fanlari doktori, professor

Maxkamov Baxtiyor Shuxratovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Shaumarov Said Sanatovich, texnika fanlari doktori, professor

Turayev Bahodir Xatamovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Nasimov Dilmurod Abdulloyevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Allayeva Gulchexra Jalgasovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Arabov Nurali Uralovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Maxmudov Odiljon Xolmirzayevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Xamrayeva Sayyora Nasimovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Bobonazarova Jamila Xolmurodovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Irmatova Aziza Baxromovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Bo'taboyev Muhammadjon To'ychiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Shamshiyeva Nargizaxon Nosirxuja kizi, iqtisodiyot fanlari doktori, professor,

Xolmuxamedov Muhsinjon Murodullayevich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Xodjayeva Nodiraxon Abdurashidovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Amanov Otabek Amankulovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Qurbonov Samandar Pulatovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Zikriyoyev Aziz Sadulloyevich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Tabayev Azamat Zaripbayevich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sxay Lana Aleksandrovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

Ismoilova Gulnora Fayzullayevna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Djumaniyazov Umrbek Ilxamovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Kasimova Nargiza Sabitdjanovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Kalanova Moxigul Baxritdinovna, dotsent

Ashurzoda Luiza Muxtarovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sharipov Sardor Begmaxmat o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Tursunov Ulug'bek Sativoldiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent

Bauyetdinov Majit Janizaqovich, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti dotsenti, PhD

Botirov Bozorbek Musurmon o'g'li, Texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sultonov Shavkatjon Abdullayevich, Kimyo fanlari doktori, (DSc)

Jo'raeva Malohat Muhammadovna, filologiya fanlari doktori (DSc), professor.

Yusupov Maxamadamin Abduxamidovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi (DSc), professor

Kalonova Moxigul Baxritdinovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi (PhD), dotsent

Mirzayev Kulmamat Djanzakovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi (DSc), professor.

Karimova Nilufar Sadirdin qizi, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Norboyev Odil Abrayevich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

Nasimov Dilmurod Abdulloyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor

Mirzayev Kulmamat Djanzakovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor

Karimova Nilufar Sadirdin qizi, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Pardaev Umidjon Uralovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor

Xolmirzayev Ulug'bek Abdulazizovich, Iqtisodiyot fanlari doktori (DSc)

muhandislik & iqtisodiyot

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

- 05.01.00 – Axborot texnologiyalari, boshqaruv va kompyuter grafikasi
05.01.01 – Muhandislik geometriyasi va kompyuter grafikasi. Audio va video texnologiyalari
05.01.02 – Tizimli tahlil, boshqaruv va axborotni qayta ishlash
05.01.03 – Informatikaning nazariy asoslari
05.01.04 – Hisoblash mashinalari, majmualari va kompyuter tarmoqlarining matematik va dasturiy ta'minoti
05.01.05 – Axborotlarni himoyalash usullari va tizimlari. Axborot xavfsizligi
05.01.06 – Hisoblash texnikasi va boshqaruv tizimlarining elementlari va qurilmalari
05.01.07 – Matematik modellashtirish
05.01.11 – Raqamli texnologiyalar va sun'iy intellekt
05.02.00 – Mashinasozlik va mashinashunoslik
05.02.08 – Yer usti majmualari va uchish apparatlari
05.03.02 – Metrologiya va metrologiya ta'minoti
05.04.01 – Telekommunikatsiya va kompyuter tizimlari, telekommunikatsiya tarmoqlari va qurilmalari. Axborotlarni taqsimlash
05.05.03 – Yorug'lik texnikasi. Maxsus yoritish texnologiyasi
05.05.05 – Issiqlik texnikasining nazariy asoslari
05.05.06 – Qayta tiklanadigan energiya turlari asosidagi energiya qurilmalari
05.06.01 – To'qimachilik va yengil sanoat ishlab chiqarishlari materialshunosligi
05.08.03 – Temir yo'l transportini ishlatish
05.08.06 – "G'ildirakli va gusenisali mashinalar va ularni ishlatish" (texnika fanlari)
05.09.01 – Qurilish konstruksiyalari, bino va inshootlar
05.09.04 – Suv ta'minoti. Kanalizatsiya. Suv havzalarini muhofazalovchi qurilish tizimlari
10.00.06 – Qiyosiy adabiyotshunoslik, chog'ishtirma tilshunoslik va tarjimashunoslik
10.00.04 – Yevropa, Amerika va Avstraliya xalqlari tili va adabiyoti
08.00.01 – Iqtisodiyot nazariyasi
08.00.02 – Makroiqtisodiyot
08.00.03 – Sanoat iqtisodiyoti
08.00.04 – Qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti
08.00.05 – Xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyoti
08.00.06 – Ekonometrika va statistika
08.00.07 – Moliya, pul muomalasi va kredit
08.00.08 – Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
08.00.09 – Jahon iqtisodiyoti
08.00.10 – Demografiya. Mehnat iqtisodiyoti
08.00.11 – Marketing
08.00.12 – Mintaqaviy iqtisodiyot
08.00.13 – Menejment
08.00.14 – Iqtisodiyotda axborot tizimlari va texnologiyalari
08.00.15 – Tadbirkorlik va kichik biznes iqtisodiyoti
08.00.16 – Raqamli iqtisodiyot va xalqaro raqamli integratsiya
08.00.17 – Turizm va mehmonxona faoliyati

Ma'lumot uchun, OAK
Rayosatining 2024-yil 28-avgustdagi 360/5-son qarori bilan "Dissertatsiyalar asosiy ilmiy natijalarini chop etishga tavsiya etilgan milliy ilmiy nashrlar ro'yxati"ga texnika va iqtisodiyot fanlari bo'yicha "Muhandislik va iqtisodiyot" jurnali ro'yxatga kiritilgan.

Muassis: "Tadbirkor va ishbilarmon" MChJ

Hamkorlarimiz:

1. Toshkent shahridagi G.V.Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti
2. Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
3. Toshkent irrigatsiya va qishloq xo'jaligini mexanizatsiyalash muhandislari instituti" milliy tadqiqot universiteti
4. Islom Karimov nomidagi Toshkent davlat texnika universiteti
5. Muhammad al-Xorazmiy nomidagi Toshkent axborot texnologiyalari universiteti
6. Toshkent davlat transport universiteti
7. Toshkent arxitektura-qurilish universiteti
8. Toshkent kimyo-texnologiya universiteti
9. Jizzax politexnika instituti



MUNDARIJA

XO'JALIK YURITUVCHI SUBYEKTLARNING LIKVIDLILIGINI TA'MINLASH MASALALARI.....	10
Bauyetdinov M.J.	
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA OLIY TA'LIM TIZIMINI MODERNIZATSIYA QILISH STRATEGIYASI.....	18
Usmanova Zumrad Islamovna, Xasanova Yulduz Kayumovna	
TOKLI O'TKAZGICHLARDA MAGNIT MAYDON INDUKSIYASINING NAZARIY TAHLILI	23
O'ngboyev Anvar, Umarov Uyg'un, Dusiyorov Jaxongir, Jonimqulov Mirtemur	
QISHLOQ XO'JALIGIDA SUV RESURSLARINI BOSHQARISHNING INNOVATSION MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	30
Akbarova Shaxnoza Yakub qizi	
IQLIM O'ZGARISHI SHAROITIDA ASALARICHILIK TARMOG'I SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA DAVLAT QO'LLAB-QUVVATLASH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	33
Farmanov Jonibek Ziyadullayevich	
BILVOSITA SOLIQLARNI MA'MURIY BOSHQARISH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH YO'NALISHLARI	38
Mansurova Arofatxon Shavkat qizi	
BANKLARNING MOLIVAVIY BARQARORLIGINI XALQARO USULLAR VA MEZONLAR ASOSIDA BAHOLASHNI TAKOMILLASHTIRISH.....	43
G'aybulloyev Suxrob Odil o'g'li	
IDEMPOTENT O'LCHOVLAR SIMPLEKSIDA ANIQLANGAN CHIZIQLI OPERATORLAR DINAMIKASINING EKOLOGIK MODELLASHTIRISHDAGI TATBIQI	50
Karimov Muzaffar Musaxonovich, Karimova Shalola Musayevna	
BANKLARARO LIKVIDLILIKNI BOSHQARISHDA SUN'IY INTELLEKT VA BIG DATA TEXNOLOGIYALARINI QO'LLASH ISTIQBOLLARI	56
Baxromov Nodirjon Muxammadamin o'g'li	
BANKLARDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA XIZMAT KO'RSATISH SIFATINI OSHIRISH	60
Asemova Rano Jabbarbergenovna	
ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН НА ОСНОВЕ СЦЕНАРНОГО АНАЛИЗА РАЗВИТИЯ АПК.....	66
Ли Марина Рудольфовна	
POLIMER VA UGLEROD NANOTOLALI MODIFIKATORLAR ASOSIDA BITUM KOMPOZITSIYALARINING REOLOGIK, MIKROTUZILMAVIY VA ADGEZION XOSSALARINI TAKOMILLASHTIRISHNING QIYOSIY TAHLILI	70
Hasanov Bahrom Bo'ronovich	
XORIJIY TADBIRKORLIK RIVOJLANISHIGA XALQARO IQTISODIY INTEGRATSIYANING TA'SIRI.....	76
Mamatraimov Islom Mamanazarovich	
SULFIDLI POLIMETALL RUDALARNI SELEKTIV FLOTATSIYALASHDA YANGI AVLOD REAGENTLARINI QO'LLASHNING TEXNOLOGIK YECHIMLARI TAHLILI.....	79
Xushvaqтова Zamira Hikmatulloyevna, Saidaxmedov Aktam Abdisamiyevich	
LOGICLABUZ: A BROWSER-NATIVE CO-SIMULATION PLATFORM FOR THE VIRTUALIZATION OF MULTI-MCU ROBOTIC SYSTEMS	84
Ergashev Adizbek Kamol ugli	
DUBAY IQTISODIYOTINING DIVERSIFIKATSIYALASHUV BOSQICHLARI VA UNDAN O'ZBEKISTONDA FOYDALANISH IMKONIYATLARI.....	94
Dilmira Abdumalikovna Shamusarova	
MINTAQADA TIBBIY TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING XALQARO MODELLARI.....	99
Yusupova Mehrigon O'ktamovna	
EKONOMETRIK MODELLARNI TANLASH VA ULARNING SIFATINI BAHOLASHDA INTEGRAL MEZONNI QO'LLASH	104
Turayev Baxtiyor Ergashevich	



PHP VA SUN'YI INTELLEKT SINERGIYASI: LARAVEL ASOSIDA INTELLEKTUAL VEB-TIZIMLARNI LOYIHALASH ARXITEKTURASI.....	110
Jo'rayev To'xtasin, Abdusattarov Odiljon, Boymatov Mexrojiddin, Temirova Orifa, Yuldashboyev Shermuxammad	
CORPORATE GOVERNANCE QUALITY, FOREIGN DIRECT INVESTMENT, AND ECONOMIC GROWTH: A PANEL ECONOMETRIC ANALYSIS OF CENTRAL ASIAN COUNTRIES (2003–2024).....	119
Yusufjon Pulatov	
TIJORAT BANKLARI KREDIT PORTFELINI DIVERSIFIKATSIYA QILISH VA KREDIT RISKLARINI BOSHQARISHNI TAKOMILLASHTIRISH YO'NALISHLARI.....	129
Sheraliyev Olimjon O'ktam o'g'li	
МЕХАНИЗМ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ КРУПНЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ.....	135
T.T. Жураев	
XORAZM VILOYATIDA KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISH ASOSIDA HUDUDIY BANDLIKNI KENGAYTIRISH MEKANIZMLARI	140
Azadova Gulnoza Sardorbekovna	
YASHIL IQTISODIYOT, RESURS SAMARADORLIGI, TABIIY KAPITAL, AYLANMA IQTISODIYOT, EKOLOGIK SAMARADORLIK VA INKLYUZIV O'SISH TUSHUNCHALARINING ILMIY EVOLYUTSIYASI TAHLILI	146
Karimov Islombek Bekpo'lat o'g'li	
РОЛЬ АЛГОРИТМОВ В ПРОЦЕССЕ ПРИНЯТИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ НА СОВРЕМЕННЫХ РЫНКАХ КАПИТАЛА	153
Алиева Сусанна Сейрановна	
РОЛЬ АЛГОРИТМОВ В ПРОЦЕССЕ ПРИНЯТИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ НА СОВРЕМЕННЫХ РЫНКАХ КАПИТАЛА	153
Алиева Сусанна Сейрановна	
BUXORO VILOYATIDA ERKIN IQTISODIY ZONALAR FAOLIYATI VA ASOSIY KO'RSATKICHLARI TAHLILI.....	160
Ibragimov Aziz Turayevich	
ALOQA XIZMATLARINI KO'RSATUVCHI SUBYEKTLARDA SOLIQLAR HISOBINI TAKOMILLASHTIRISH	168
Shirinov Uchqun, Bahodirova Madinabonu	
TA'LIM XIZMATLARI EKSPORTINI RIVOJLANTIRISHGA TA'SIR ETUVCHI OMILLARNING SWOT VA OMILLI TAHLILI.....	176
Alimova Shamsiya Abidovna	
ВЫЗОВЫ РАЗВИВАЮЩИХСЯ РЫНКОВ: ИНФРАСТРУКТУРНАЯ МОДЕРНИЗАЦИЯ, ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ И ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ.....	182
Умарова Шахноза Акбаровна	
YASHIL IQTISODIYOT SHAROITIDA QUYOSH ENERGIYASIGA ASOSLANGAN YOMG'IRLATIB SUG'ORISH TIZIMINING IQTISODIY-EKOLOGIK SAMARADORLIGINI BAHOLASH.....	190
Nurmetova Muyassar Jumanazarovna	
TIJORAT BANKLARI KREDITLARINING DAROMADLILIGINI OSHIRISH YO'LLARI.....	200
Ulug'bek Abraxmatov	
ZAMONAVIY TELEKOMMUNIKATSIYA TARMOQLARIDA TRAFIK TURLARINING XUSUSIYATLARI VA ULARNING XIZMAT KO'RSATISH SIFATIGA TA'SIRI.....	204
Abdujapparova M.B., Mirxosilov M.M.	
TURIZMNI MINTAQAVIY RIVOJLANTIRISHDA KLASTERLASH MODELINING TAMOYILLARI VA TARKIBIY ELEMENTLARI	209
Abduxamidov Sarvar Adxamovich	
DIGITAL TECHNOLOGIES AND FOOD SECURITY IN DEVELOPED COUNTRIES	214
Rakhmatova Mukhlisa Dilshod qizi	



THE ROLE OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM SECTOR OF UZBEKISTAN: AN ECONOMETRIC ANALYSIS	221
Toshmurod Kulmanov, Sarvar Urinov	
QISHLOQ XO'JALIGIDA INNOVATSION JARAYONLARNI MOLIYALASHTIRISHNING MATEMATIK MODELI	228
Ishniyazov Baxrom Normamatovich, A'zam Qutbiddin A'zamzoda	
ОБЯЗАТЕЛЬНОЕ МЕДИЦИНСКОЕ СТРАХОВАНИЕ В КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ	234
Омокеев Максымбек Конколойевич	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA MINTAQAVIY TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING ZAMONAVIY MEKANIZMLARI	239
Abduxamidov Sarvar Adxamovich	
МАХАЛЛИЙ BYUDJET XARAJATLARI SAMARALI IJROSINING MOLIYAVIY MUSTAQILLIKKA TA'SIRI	244
Usmonov Parviz Shavkatovich	
О'ZBEKISTONDA NAQD PULLARNING AYLANMASINI QISQARTIRISH IMKONIYATLARI	249
Gadoyev So'hrob Jumakulovich	
СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ	258
Абдуллаева Зульфия Иззатовна	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA O'ZBEKISTONDA TURIZM XIZMATLARI SAMARADORLIGINI OSHIRISH BO'YICHA IJTIMOY-IQTISODIY ISLOHOTLAR TAHLILI.....	263
Xalimov Shaxboz Xalimovich	
СТАТИСТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ ОБЪЁМА ИНВЕСТИЦИЙ К УРОВНЮ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОЗРАЧНОСТИ РЕГИОНАЛЬНЫХ РЫНКОВ	270
Бекматов Акмал Курбонмахматович	
MINTAQANI BARQAROR RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI IQTISODIYOT SALOHİYATINI OSHIRISH (XORAZM VILOYATI MISOLIDA)	277
Samandarov Jamshidbek Davronbekovich	
SANOAT KORXONALARIDA INVESTITSIYA JARAYONLARI RIVOJLANISHINING ASOSIY OMILLARI VA ISTIQBOLDAGI RIVOJLANISH TENDENSIYALARI.....	283
Quvatova Gulzoda Faxriddin qizi	
ANTIBAKTERIAL FAOLLIKKA EGA BO'LGAN YANGI ORGANIK ASOSLI, XONA HARORATIDA FOSFORLANUVCHI MATERIALLARNING FUNKSIONAL XOSSALARI	292
Ro'ziyev Suxrobjon Qahramon o'g'li	
SUN'IY INTELLEKT TEXNOLOGIYALARINING BANK XIZMATLARIGA INTEGRATSIYASI	299
Abdullayeva Madinabonu Xasanboyevna	
LOGISTIKA KOMPANIYALARIDA BOSHQARUV TIZIMLARINI LOYIHALASHTIRISHNING XORIJIY TAJRIBASI VA UNI RESPUBLIKA KICHIK TRANSPORT-LOGISTIKA KORXONALARIDA QO'LLASH.....	305
Shadibekova Dildor Abduraxmanovna	
AGROVOLTAIKA VA VENCHUR KAPITAL: O'ZBEKISTONDA QISHLOQ XO'JALIGI VA QUYOSH ENERGIYASINI BIRLASHTIRGAN INNOVATSION INVESTITSIYA MODELINI SHAKLLANTIRISH IMKONIYATLARI.....	311
Qarajanova Gulnoza Tolliyevna	
SUV RESURSLARIDAN FOYDALANISH TIZIMINI AVTOMATLASHTIRISHDA SOLIQLARNING ROLINI OSHIRISH MASALALARI	320
Boymurotov Sodiq	
HUDUDIY IQTISODIY RIVOJLANISHDA KICHIK BIZNESNING INSTITUTSIONAL OMILLARI	324
Toirjonov Sardorbek Dilshodjon o'g'li	
QURILISH XIZMATLARI KO'RSATISH TIZIMINING SUN'IY INTELLEKT ASOSIDA BOSHQARUV SAMARADORLIGINI OSHIRISH MUAMMOLARI.....	329
Qidirniyazov Ajiniyaz Sherniyazovich	



TIJORAT BANKLARIDA KROSS-SOTUVLAR TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH.....	334
Xudayarova Xurshida Abdunazarovna	
BIZNES JARAYONLARI SAMARADORLIGINI INTEGRAL INDEKS ASOSIDA BAHOLASH.....	338
Shodmanov Toshtemir Ro'ziyevich	
O'ZBEKISTONNING ENERGETIK SALOHİYATI EMPIRIK TAHLILI.....	342
Nigmatullayeva Gulchexra Nurullayevna	
FAVQULOTDA VAZIYATLARDA SUV TOSHQINI VA SEL HOLATLARIDA AHOLI VA HUDUDLARINI HIMOYA QILISHGA SALBIY TA'SIR KO'RSATUVCHI MUAMMOLI MASALALAR VA ULARNI BARTARAF QILUVCHI BULDOZER ISHCHI JIHOZI KONSTRUKSIYASI.....	354
Yangiboyev G'iyosjon, Asqarxo'jayev To'lqin	
KAM XARAJATLI AVIATASHUVCHILAR FAOLIYATINING FAOLIYATINING SAMARQAND TURIZMI RIVOJLANISHIGA TA'SIRI.....	359
Alisher Suyunov	
POLIMER VA UGLEROD NANOTOLALI MODIFIKATORLAR ASOSIDA BITUM KOMPOZITSIYALARINING REOLOGIK, MIKROTUZILMAVIY VA ADGEZION XOSSALARINI TAKOMILLASHTIRISHNING QIYOSIY TAHLILI.....	366
Hasanov Bahrom Bo'ronovich	
GEN Z AVLODI BILAN ISHLASHDA HR STRATEGIYALARI.....	372
Xasanov Sarvar Ulug'bek o'g'li	
МЕНЕДЖМЕНТ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	378
Махмудов Суннатжон Абдужаббор угли	
ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРЕИМУЩЕСТВ ВНЕДРЕНИЯ «СМАРТ-ТУРИЗМА» В УЗБЕКИСТАНЕ.....	383
Юсубова Махлиё Икромовна	
HUDUDLARDA TURISTLARGA UMUMIY OVQATLANISH XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISHNING STRATEGIK MODELINI TAKOMILLASHTIRISH: EKOTIZIMLI YONDASHUV.....	389
Maxmadiyeva Charos Xayrullayevna	
HAYOT FAOLIYATI XAVFSIZLIGI FANINING FANLARARO BOG'LIQLIGI: NAZARIY ASOSLAR VA AMALIY YONDASHUV.....	397
Nigmatjonov Sardor Abdumannobovich	
KICHIK BIZNES SUBYEKTLARINING BANDLIKNI TA'MINLASHDAGI AHAMIYATI.....	403
Mamadaliyev Doniyorbek Shuxratbek o'g'li	
O'ZBEKISTON SHAHARLARINING EKOTRANSFORMATSIYASI.....	410
Xusainov Oybek Djabbarovich	
KAPITAL BOZORI ORQALI MOLIYALASHTIRILADIGAN INVESTITSION LOYIHALARDA RISKLARNI BAHOLASH VA BOSHQARISH.....	414
G'afurov Sherzod Abduvaxob o'g'li	
QORAQALPOG'ISTON RESPUBLIKASIDA QISHLOQ XO'JALIGINING EKOLOGIK BARQARORLIGINI OSHIRISHDA SMART TEXNOLOGIYALARNI TATBIQ ETISH METODOLOGIYASI.....	421
Mirzataev Salamat Muratbaevich	
OZIQ-OVQAT BOZORI RIVOJLANISHINI PROGNOZLASH MEXANIZMINI O'RGANISH METODIKASI.....	426
Omonturdiyev Ortiq Eshboyevich, Abduraxmanova Zuxra Toxir qizi	
ЭЛЕКТРОННОЕ ГОСУДАРСТВО И ЦИФРОВЫЕ СЕРВИСЫ: ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ МАЛОГО БИЗНЕСА В УЗБЕКИСТАНЕ.....	434
Ли Д.Э.	
KICHIK TADBIRKORLIK SUBYEKTLARI FAOLIYATINING MAKROIQTISODIY TAHLILI VA RIVOJLANISH TENDENSIYALARI.....	440
Xikmatullayeva Nargiza Jamoliddin qizi	
INNOVATSION YONDASHUVLAR ASOSIDA RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARINI RIVOJLANTIRISH USULLARI.....	446
Uzoqova Dilnoza Yusuf qizi	



TO'QIMACHILIK KORXONALARIDA YASHIL MARKETING VOSITALARIDAN FOYDALANISH ISTIQBOLLARI.....	453
Jo'raboyev Jurabek Muhibillo o'g'li XIZMATLAR SOHASINI RIVOJLANTIRISH ORQALI KAMBAG'ALLIKNI QISQARTIRISH DAVLAT IJTIMOY- IQTISODIY SIYOSATINING USTUVOR YO'NALISHLARIDAN BIRI.....	457
Islomov Shuhrat Marufjonovich, Saparov Murod Irgashovich O'ZBEKISTONDA TASHISH VA SAQLASH XIZMATLARI BOZORINING RIVOJLANISH XUSUSIYATLARI ..	462
Usmanova Zumrad Islamovna, Pardayeva Kamola OLIY TA'LIM MUASSASALARIDA TA'LIM SIFATINI BOSHQARISH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	467
Xasanova Yulduz Kayumovna QISHLOQ XO'JALIGIDA SUV RESURSLARIDAN FOYDALANGANLIK UCHUN SOLIQ HISOBOTINI AVTOMATIK SHAKLLANTIRISHNING SUVDAN SAMARALI FOYDALANISHGA TA'SIRINING EKONOMETRIK TAHLILI	472
Sodiq Boymurotov DIGITAL INTERNATIONALIZATION AND GLOBAL COLLABORATION OPPORTUNITIES FOR HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS IN UZBEKISTAN	479
Tojiyev Abror Rakhmonalievich, Rakhmonaliev Abbas Abror ugli VINOCHILIK SANOATI KORXONALARIDA TOVAR-MODDIY ZAXIRALAR AUDITIDA TAHLILY AMALLARNI QO'LLASH MASALALARI	485
Jo'rayev Dilshod Xudoyqulovich TASHKILOTLARNING INNOVATSION BOSHQARUV TIZIMI VA UNING TRANSFORMATSIYASI HOLATI	490
G'aniyev Sardor Toshmurodovich KIMYO SANOATINING IQTISODIYOTDA TUTGAN O'RNI VA TARMOQ KORXONALARIDA BOSHQARUV HISOB I.....	494
Onorboev Sh.M.	



INNOVATSION YONDASHUVLAR ASOSIDA RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARINI RIVOJLANTIRISH USULLARI

Uzoqova Dilnoza Yusuf qizi

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

Marketing kafedrası tayanch doktoranti

E-mail: uzakova.dilnozaa98@mail.ru

Annotatsiya. Ushbu maqolada innovatsion yondashuvlar asosida raqamli marketing strategiyalarini rivojlantirish usullari tahlil qilinadi. Xususan, zamonaviy axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, sun'iy intellekt, katta ma'lumotlar, ijtimoiy tarmoqlar, kontent marketing, SEO va maqsadli reklama vositalaridan samarali foydalanish masalalari yoritilgan. Shuningdek, korxonalarining raqamli muhitdagi raqobatbardoshligini oshirish, iste'molchilar bilan interaktiv aloqalarni mustahkamlash va marketing faoliyatini natijadorligini ta'minlashda innovatsion strategiyalarning ahamiyati asoslab berilgan. Tadqiqot natijalarida raqamli marketingni takomillashtirishga qaratilgan amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: barqaror biznes modellari, ekologik madaniyat, yashil iqtisodiyot, iste'molchi xulqi, resurs samaradorligi, ekologik sertifikatlash, yashil marketing, korporativ mas'uliyat, innovatsion yechimlar, davlat qo'llab-quvvatlovi, xalqaro tajriba.

Abstract. This article analyzes methods for developing digital marketing strategies based on innovative approaches. In particular, it examines the effective use of modern information and communication technologies, artificial intelligence, big data, social media, content marketing, SEO, and targeted advertising tools. The study also substantiates the importance of innovative strategies in increasing the competitiveness of enterprises in the digital environment, strengthening interactive communication with consumers, and ensuring the effectiveness of marketing activities. Based on the research findings, practical recommendations aimed at improving digital marketing have been developed.

Keywords: digital marketing, innovative approaches, marketing strategy, artificial intelligence, big data, social media, content marketing, SEO, targeted advertising, consumer behavior, competitiveness, digital transformation.

Аннотация. В данной статье анализируются методы развития стратегий цифрового маркетинга на основе инновационных подходов. В частности, рассматриваются вопросы эффективного использования современных информационно-коммуникационных технологий, искусственного интеллекта, больших данных, социальных сетей, контент-маркетинга, SEO и таргетированной рекламы. Также обосновывается значение инновационных стратегий в повышении конкурентоспособности предприятий в цифровой среде, укреплении интерактивного взаимодействия с потребителями и обеспечении результативности маркетинговой деятельности. По результатам исследования разработаны практические рекомендации, направленные на совершенствование цифрового маркетинга.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, инновационные подходы, маркетинговая стратегия, искусственный интеллект, большие данные, социальные сети, контент-маркетинг, SEO, таргетированная реклама, поведение потребителей, конкурентоспособность, цифровая трансформация.

KIRISH

Bugungi kunda jahon iqtisodiyotida raqamlashtirish jarayonlarining jadallashuvi korxonalar faoliyatining barcha yo'nalishlariga, ayniqsa, marketing tizimiga sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda. An'anaviy marketing yondashuvlari asta-sekin o'z o'rnini zamonaviy raqamli texnologiyalar, interaktiv platformalar va innovatsion kommunikatsiya vositalariga bo'shatib bermoqda. Shu nuqtayi nazardan, raqamli marketing strategiyalarini innovatsion yondashuvlar asosida shakllantirish va rivojlantirish masalasi hozirgi davrning dolzarb ilmiy-amaliy muammolaridan biri hisoblanadi. Raqamli marketing nafaqat mahsulot va xizmatlarni targ'ib qilishning yangi usuli, balki iste'molchi ehtiyojini chuqur tahlil qilish, bozor segmentlarini aniq belgilash, individual takliflar ishlab chiqish hamda korxonalar va mijoz o'rtasida uzluksiz muloqotni ta'minlovchi samarali boshqaruv vositasidir. Ayniqsa, sun'iy intellekt, katta ma'lumotlar (Big Data), ijtimoiy tarmoqlar, qidiruv tizimlarini optimallashtirish (SEO), kontent marketing va maqsadli reklama kabi zamonaviy vositalar marketing faoliyatining samaradorligini



oshirishda muhim omil bo'lib xizmat qilmoqda. Shu bois korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishda mazkur vositalardan oqilona va tizimli foydalanish zarurati ortib bormoqda.

Global bozor sharoitida iste'molchilarning xarid xulqi, axborot olish usullari va mahsulot tanlash mezonlari tubdan o'zgarib bormoqda. Raqamli makonda faoliyat yuritayotgan subyektlar uchun bozor talablariga tez moslashish, iste'molchilar bilan interaktiv aloqalarni kuchaytirish, brend imijini mustahkamlash hamda marketing strategiyalarini doimiy ravishda yangilab borish muhim ahamiyat kasb etadi. Bu esa innovatsion yondashuvlarni marketing boshqaruviga keng joriy etishni, mavjud strategiyalarni takomillashtirishni va yangi metodik yechimlarni ishlab chiqishni taqozo etadi. Mazkur maqolaning maqsadi innovatsion yondashuvlar asosida raqamli marketing strategiyalarini rivojlantirish usullarini tahlil qilish, ularning nazariy va amaliy jihatlarni ochib berish hamda korxonalar marketing faoliyatini takomillashtirish bo'yicha ilmiy asoslangan xulosalar va tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat. Shundan kelib chiqib, maqolada raqamli marketingning zamonaviy vositalari, ularning afzalliklari, amaliy qo'llash mexanizmlari va strategik samaradorligi izchil tadqiq etiladi.

Raqamli transformatsiya sharoitida marketing faoliyati korxonalar raqobatbardoshligini belgilovchi asosiy omillardan biriga aylanmoqda. Xalqaro telekommunikatsiya ittifoqi ma'lumotlariga ko'ra, 2024-yilda dunyo bo'yicha 5,5 milliard kishi internetdan foydalangan bo'lib, bu jahon aholisining 68 foizini tashkil etgan. Shu bilan birga, 2,6 milliard kishi hanzur internetdan tashqarida qolayotgani raqamli bozorlar kengayishi bilan bir qatorda, raqamli tafovut muammosi ham saqlanib qolayotganini ko'rsatadi.¹ Raqamli bozorning kengayishi reklama va savdo faoliyatining tarkibini ham o'zgartirmoqda. WARC prognoziga ko'ra, global reklama bozori 2024-yilda ilk bor 1 trillion AQSh dollaridan oshgan, 2026-yil oxiriga borib esa 1,24 trillion dollarga yetishi kutilmoqda.² Shu bilan birga, ijtimoiy tarmoqlar reklama xarajatlari bo'yicha pulli qidiruvdan ham o'tib, eng yirik kanalga aylangan. Bu holat korxonalar uchun raqamli marketing strategiyalarini qayta ko'rib chiqish va innovatsion yondashuvlarni tezkor joriy etish zaruratini kuchaytiradi.

O'zbekiston sharoitida ham mazkur masala nihoyatda dolzarbdir. DataReportal ma'lumotlariga ko'ra, 2025-yil oxirida O'zbekistonda 33,1 million internet foydalanuvchisi mavjud bo'lib, internet qamrovi 89 foizni tashkil etgan; ijtimoiy tarmoq foydalanuvchi identifikatorlari soni esa 14,1 millionga yetgan. Milliy statistika qo'mitasi ma'lumotiga ko'ra, elektron tijorat savdo hajmi 2024-yilda 15 211,5 mlrd so'mni tashkil etib, 2023-yilga nisbatan qariyb 14,7 foizga oshgan; 2020-yildagi 1 002,5 mlrd so'mga nisbatan esa qariyb 15,2 baravar ko'paygan.³ Bu raqamlar raqamli marketing strategiyalarini faqat kommunikatsiya vositasi sifatida emas, balki savdo va mijoz bilan aloqani boshqarishning strategik mexanizmi sifatida ko'rish zarurligini anglatadi. Mazkur dolzarblik mamlakatdagi institutsional o'zgarishlar bilan ham mustahkamlanadi. O'zbekistonda raqamli iqtisodiyot va elektron hukumatni keng joriy etish bo'yicha PQ-4699-son qarori [1], shuningdek, sun'iy intellekt texnologiyalarini 2030-yilgacha rivojlantirishga oid PQ-358-son qarori [2] asosida maxsus markazlar va infratuzilmalar shakllantirilmogda. UNDP tadqiqoti esa O'zbekistonda ICT sektorining 2023-yilda YAIMdagi ulushi 2,1 foizga yetganini, IT Park rezidentlari soni 2 500 tadan oshganini, biroq qishloq hududlarida raqamli savodxonlik, internet sifati va xususiy sektor faolligi bo'yicha muammolar saqlanib qolayotganini ko'rsatadi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Raqamli marketing bo'yicha zamonaviy ilmiy adabiyotlar ushbu sohaning endi alohida reklama instrumentlari yig'indisi emas, balki ma'lumotlarga tayanuvchi, ko'p kanalli va moslashuvchan boshqaruv tizimiga aylanganini ko'rsatadi. Cioppi va hammualliflar⁴ marketing va raqamli transformatsiya bo'yicha tizimli sharhida 2014–2020-yillar oralig'idagi 117 ta ilmiy ishni tahlil qilib, tadqiqotlar asosan mijozlar, ichki biznes-jarayonlar va xodimlar transformatsiyasi atrofida shakllanganini ko'rsatadi. Bu yondashuv raqamli marketing strategiyasini texnologik emas, balki institutsional va tashkiliy yangilanish jarayoni sifatida talqin qilishga imkon beradi.

Sun'iy intellektning marketingdagi o'rni alohida tadqiqot yo'nalishiga aylangan. Ziakis va hammualliflarning⁵ PRISMA metodologiyasiga asoslangan tizimli sharhida 211 ta ilmiy manba o'rganilib, AI/ML algoritmlari, ijtimoiy tarmoqlar, iste'molchi xulqi, elektron tijorat, raqamli reklama, budjet optimallashtirish va raqobat strategiyalari asosiy klasterlar sifatida ajratilgan. Ushbu xulosa sun'iy intellektni raqamli marketingning qo'shimcha vositasi emas, balki segmentatsiya, shaxsiylashtirish, prognozlash va konversiyani boshqaruvchi markaziy mexanizm sifatida ko'rishga asos beradi.

Kumar va hammualliflar⁶ AI-powered marketing konsepsiyasini dinamik qobiliyatlar nazariyasi asosida izohlab, korxonalarining o'zgaruvchan muhitda tez moslashishi, innovatsiya yaratishi va ustunlikni saqlashi

1 <https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/2024/11/10/ff24-internet-use/>

2 <https://page.warc.com/global-ad-spend-outlook-2024-25.html>

3 <https://datareportal.com/reports/digital-2026-uzbekistan>

4 https://link.springer.com/article/10.1007/s43039-023-00067-2?utm_source

5 <https://www.mdpi.com/2078-2489/14/12/664>

6 <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0268401224000318>

aynan ma'lumotlar, algoritmlar va tashkiliy moslashuv uyg'unligiga bog'liq ekanini ta'kidlaydi. McKinsey'ning 2025-yilgi global so'roviga ko'ra, respondentlarning 78 foizi tashkilotlari kamida bitta biznes funksiyada AI'dan foydalanayotganini bildirgan, 71 foizi esa generativ AI'dan muntazam foydalanayotganini aytgan; bunda GenAI eng ko'p marketing va savdo funksiyalarida qo'llanmoqda.

Amaliy samaradorlik nuqtayi nazaridan ham ilmiy va analitik adabiyotlar muhim xulosalarni beradi. McKinsey⁷ baholashiga ko'ra, generativ AI marketing funksiyasi unumdorligini marketing xarajatlarining 5–15 foizi miqdorida oshirishi mumkin. U, ayniqsa, personalizatsiya, kontent yaratish, SEO elementlarini optimallashtirish, mijoz profillarini chuqur tahlil qilish va savdo jarayonlarini tezlashtirishda yuqori qiymat yaratadi. Shu jihatdan adabiyotlarda raqamli marketing strategiyasini rivojlantirishning asosiy yo'nalishlari sifatida ma'lumotlarga asoslangan qaror qabul qilish, avtomatlashtirish, ko'p kanallilik va iste'molchi bilan real vaqt rejimidagi aloqa ko'proq tilga olinmoqda.

Biroq adabiyotlarda xavf va cheklovlar ham qayd etiladi. OECD⁸ online advertising bo'yicha tadqiqotida raqamli reklama iste'molchi uchun relevantlik va tezkorlikni oshirishi, bepul onlayn xizmatlarni moliyalashtirishi mumkinligi, lekin ayni paytda noto'g'ri yo'naltirish, yashirin reklama, ma'lumotlar maxfiyligi va iste'molchi qaroriga noxolis ta'sir ko'rsatuvchi dizayn yechimlari kabi muayyan xavflarni yuzaga keltirishi mumkinligi ko'rsatilgan. Demak, innovatsion yondashuvlar faqat texnologik samaradorlik bilan emas, balki etik me'yorlar, shaffoflik va iste'molchi ishonchi bilan uyg'un holda qo'llanilgandagina barqaror natija beradi.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Mazkur tadqiqotda innovatsion yondashuvlar asosida raqamli marketing strategiyalarini rivojlantirishning nazariy va amaliy jihatlarini o'rganish uchun tizimli tahlil, qiyosiy tahlil, statistik tahlil, umumlashtirish va mantiqiy xulosa chiqarish usullaridan foydalanildi. Tadqiqot jarayonida raqamli marketing, sun'iy intellekt, katta ma'lumotlar, kontent marketing, SEO, ijtimoiy tarmoqlar va maqsadli reklama vositalariga oid ilmiy adabiyotlar, xalqaro tashkilotlar hisobotlari hamda statistik ma'lumotlar tahlil qilindi.

Shuningdek, O'zbekistonda raqamli iqtisodiyot, elektron tijorat va internet foydalanuvchilari sonining o'sish dinamikasi asosida raqamli marketing strategiyalarining amaliy ahamiyati baholandi. Tadqiqotda xalqaro tajriba va milliy ko'rsatkichlarni qiyoslash orqali korxonalar marketing faoliyatida innovatsion vositalardan foydalanish imkoniyatlari aniqlanib, raqamli marketing strategiyalarini takomillashtirish bo'yicha ilmiy-amaliy takliflar ishlab chiqildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Innovatsion yondashuvlar asosida raqamli marketing strategiyalarini rivojlantirish, avvalo, marketingning maqsadli auditoriyani aniqlash, unga mos kontent yaratish va natijani tezkor o'lchash imkoniyatlarini kuchaytirish bilan tavsiflanadi. An'anaviy marketingdan farqli ravishda, raqamli marketingda foydalanuvchi xatti-harakati, qidiruv tarixi, xarid odatlari va platformalar bo'yicha faollik real vaqt rejimida kuzatiladi. Bu esa korxonalarga segmentatsiyani chuqurlashtirish, taklifni shaxsiylashtirish va reklama budjetini yuqori samaradorlik bilan taqsimlash imkonini beradi. McKinsey tahliliga ko'ra, marketing va savdo generativ AI eng ko'p qo'llanayotgan biznes funksiyalar qatoriga kiradi. Raqamli marketing strategiyasining innovatsion modeli, odatda, besh ustunga tayanadi: birinchisi, ma'lumotlar bazasi va analitika; ikkinchisi, sun'iy intellekt va avtomatlashtirish; uchinchisi, ko'p kanalli kommunikatsiya; to'rtinchisi, kontent va SEO; beshinchisi, natijani o'lchash va iterativ takomillashtirish. Ziakis va hammualliflar AI bilan bog'liq ilmiy adabiyotlarda aynan ijtimoiy tarmoqlar, iste'molchi xulqi, raqamli reklama va budjet optimallashtirish eng markaziy yo'nalishlar ekanini qayd etadi. Shu bois raqamli marketing strategiyasini rivojlantirishda faqat platformalarni ko'paytirish emas, balki ular o'rtasida yagona ma'lumotlar arxitekturasi yaratish muhimdir.

Jahon miqyosida internet auditoriyasining o'sishi raqamli marketing bozorini kengaytiruvchi asosiy omildir. ITU ma'lumotiga ko'ra, 2024-yilda internet foydalanuvchilari soni 5,5 milliardga yetgan. UNCTAD ma'lumotlari esa 43 mamlakat bo'yicha biznes elektron tijorati savdolari 2016-yildan 2022-yilgacha qariyb 60 foizga oshib, 27 trillion AQSh dollariga yetganini ko'rsatadi.⁹ Bu ko'rsatkichlar raqamli kanallar endi marketing kommunikatsiyasining yordamchi yo'nalishi emas, balki savdo infratuzilmasining markaziga aylanganini anglatadi.

O'zbekiston misolida ham bozorning sezilarli darajada kengayishi kuzatilmoqda. 2025-yil oxirida mamlakatda 33,1 million internet foydalanuvchisi va 14,1 million ijtimoiy tarmoq foydalanuvchi identifikatori qayd etilgan.

7 <https://www.mckinsey.com/capabilities/tech-and-ai/our-insights/the-economic-potential-of-generative-ai-the-next-productivity-frontier>

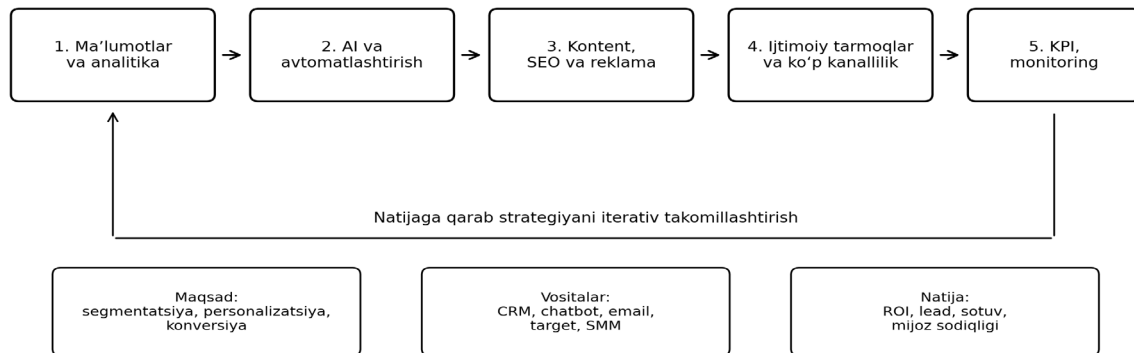
8 https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2019/01/online-advertising_f823d162/1f42c85d-en.pdf

9 <https://www.itu.int/itu-d/reports/statistics/2024/11/10/ff24-internet-use/>



Elektron tijorat savdo hajmi 2024-yilda 15 211,5 mlrd soʻmga yetgan.¹⁰ Bu koʻrsatkichlar raqamli kanallar endi marketing kommunikatsiyasining yordamchi yoʻnalishi emas, balki savdo infratuzilmasining markaziga aylanganini anglatadi.

Innovatsion raqamli marketing strategiyasini rivojlantirish modeli



1-rasm. Innovatsion raqamli marketing strategiyasini rivojlantirish modeli¹¹

Innovatsion raqamli marketing strategiyasini rivojlantirish modeli maʼlumotlar tahlili, sunʼiy intellekt va avtomatlashtirish, kontent va SEO, koʻp kanalli kommunikatsiya hamda KPI monitoringi bosqichlarining oʻzaro uzviy bogʻliqligini aks ettiradi. Model natijalarni baholash asosida strategiyani iterativ ravishda takomillashtirish mexanizmini ifodalaydi.

Mazkur modelning amaliy ahamiyati raqamli bozor koʻrsatkichlari va elektron tijorat hajmlarining oʻsish dinamikasida yaqqol namoyon boʻladi. Yaʼni, innovatsion yondashuvlarga tayangan holda shakllantirilgan raqamli marketing strategiyasi nafaqat korxonaning ichki marketing jarayonlarini takomillashtiradi, balki bozor talabiga moslashuvchanlikni oshirib, savdo hajmi, mijozlar faolligi va raqamli platformalardagi tijorat natijalariga ham bevosita taʼsir koʻrsatadi. Shu nuqtayi nazardan, keyingi rasmda elektron tijorat koʻrsatkichlarining oʻsish tendensiyasi keltirilib, innovatsion raqamli marketing vositalarining amaliy natijadorligi statistik jihatdan yoritiladi.

Shu jihatdan qaralganda, raqamli savdo hajmining ortib borishi korxonalardan marketing faoliyatini tasodifiy yoki alohida vositalar asosida emas, balki oʻzaro integratsiyalashgan innovatsion yondashuvlar tizimi asosida tashkil etishni talab etadi. Bunday sharoitda sunʼiy intellekt, kontent marketing, SEO, ijtimoiy tarmoqlar, maqsadli reklama va analitik monitoring kabi vositalarning har biri alohida emas, balki yagona strategik maqsadga xizmat qiluvchi mexanizmlar sifatida namoyon boʻladi. Aynan shu sababli 1-jadvalda innovatsion raqamli marketing strategiyalarini amaliyotga joriy etishda qoʻllaniladigan asosiy vositalar, ularning funksional vazifalari hamda korxonalar faoliyati samaradorligiga koʻrsatadigan taʼsiri tizimli ravishda ifodalangan.

1-jadval. Innovatsion raqamli marketing vositalari va amaliy qoʻllanishi¹²

Vosita	Amaliy vazifa	Asosiy KPI	Kutiladigan samara
Maʼlumotlar analitikasi	Mijoz xulqini tahlil qilish	CTR, CR, CAC	Segmentatsiya sifati oshadi
AI / GenAI	Kontent, tavsiya, chatbot	Lead sifati, ROI	Personalizatsiya kuchayadi
SEO	Organik trafikni koʻpaytirish	Organic traffic, SERP	Qidiruvdan barqaror oqim
Target reklama	Aniq auditoriyaga chiqish	CPC, CPA, ROAS	Byudjet samaradorligi ortadi
SMM	Brend va interaktiv aloqa	Engagement, reach	Mijoz sodiqligi mustahkamlanadi
CRM va email	Qayta sotuv va mijoz bilan aloqani bosqichma-bosqich rivojlantirish	Open rate, LTV	Takroriy xarid ulushi oshadi

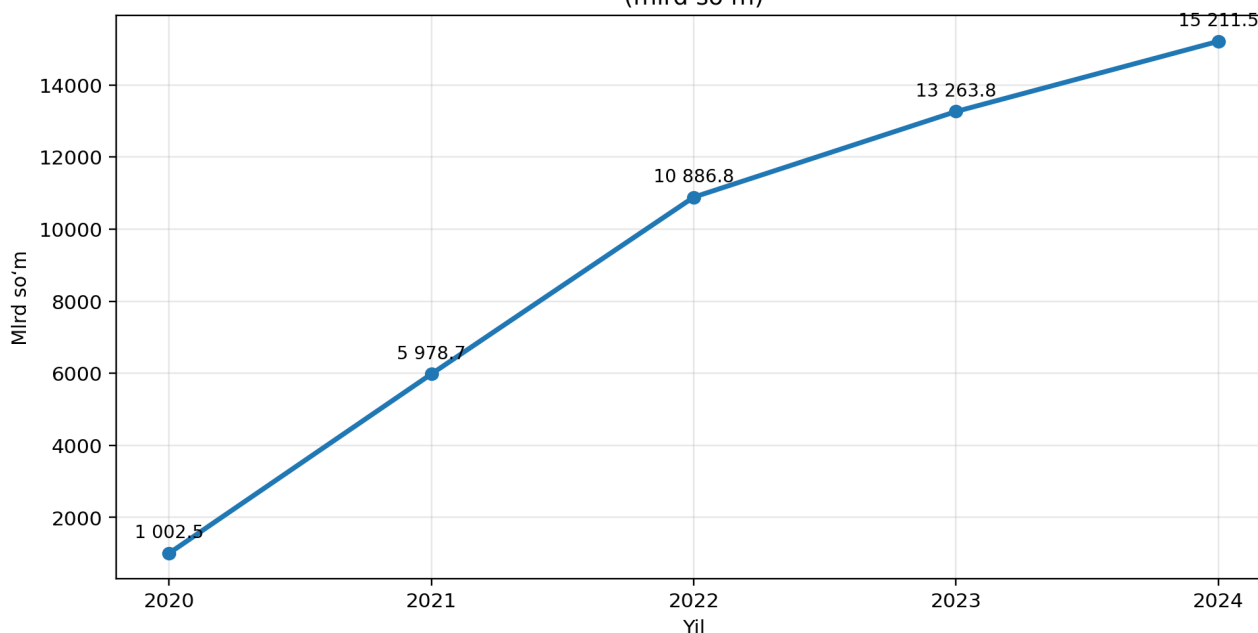
10 <https://datareportal.com/reports/digital-2026-uzbekistan>

11 Muallif tomonidan tuzilgan

12 Muallif ishlanmasi.

1-jadvalda innovatsion raqamli marketing strategiyalarini amalga oshirishda qo'llaniladigan asosiy vositalar, ularning funksional vazifalari va amaliy ahamiyati tizimli ravishda ifodalangan. Jadval ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, zamonaviy raqamli marketing birgina reklama faoliyati bilan cheklanmaydi, balki bir-biri bilan uzviy bog'langan bir nechta texnologik va kommunikatsion vositalar majmuasi asosida shakllanadi. Xususan, sun'iy intellekt mijozlar xulq-atvorini tahlil qilish, segmentatsiya va personalizatsiya jarayonlarini takomillashtirsa, SEO va kontent marketing korxonaning raqamli muhitdagi ko'rinishini oshirish va auditoriyani jalb qilishga xizmat qiladi. Ijtimoiy tarmoqlar va maqsadli reklama esa mijozlar bilan interaktiv muloqot o'rnatish, brend tan olinishini kuchaytirish va sotuvni rag'batlantirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Shu bilan birga, jadvalda keltirilgan vositalarning har biri alohida emas, balki yagona strategik tizimning tarkibiy qismlari sifatida namoyon bo'lishi ko'rsatiladi. Masalan, analitika va KPI monitoring vositalari orqali barcha marketing faoliyatining natijadorligi baholanadi, bu esa strategik qarorlarni qayta ko'rib chiqish va takomillashtirish imkonini beradi. Demak, 1-jadval innovatsion raqamli marketing strategiyasining amaliy mexanizmini ochib berib, raqamli bozor sharoitida korxonalar raqobatbardoshligini oshirishda kompleks yondashuvning ustuvor ahamiyatga ega ekanini asoslaydi.

O'zbekistonda elektron tijorat savdo hajmi, 2020-2024
(mlrd so'm)



2-rasm. O'zbekistonda elektron tijorat savdo hajmi, 2020-2024¹³

2-rasmda keltirilgan ma'lumotlar elektron tijorat hajmining yildan-yilga barqaror oshib borayotganini ko'rsatadi. Mazkur tendensiya raqamli marketing strategiyalarini innovatsion yondashuvlar asosida rivojlantirish iqtisodiy jihatdan muhim ahamiyatga ega ekanini ko'rsatadi. Chunki elektron savdo hajmining kengayishi korxonalar oldiga maqsadli auditoriyani aniq segmentlash, iste'molchilar bilan tezkor va interaktiv aloqani yo'lga qo'yish, reklama kampaniyalarini optimallashtirish hamda raqamli platformalarda raqobat ustunligini ta'minlash kabi yangi vazifalarni qo'ymoqda. Demak, elektron tijorat ko'rsatkichlarining o'sishi raqamli marketing vositalaridan samarali foydalanish zaruratini kuchaytirib, ushbu strategiyalarning amaliy natijadorligini yaqqol ifodalaydi.

O'zbekiston korxonalari uchun raqamli marketing strategiyalarini rivojlantirishda quyidagi amaliy yo'nalishlar maqsadga muvofiq hisoblanadi:

- korxonaning o'z mijozlari bo'yicha birlamchi ma'lumotlar bazalarini shakllantirish va CRM tizimlarini kuchaytirish;
- sun'iy intellekt asosidagi segmentatsiya va kontent yaratish vositalarini bosqichma-bosqich joriy etish;
- ijtimoiy tarmoqlar, qidiruv tizimlari va elektron savdo platformalaridagi reklamani yagona KPI tizimi orqali boshqarish;
- marketing xodimlarining analitik va texnologik kompetensiyalarini oshirish;
- qishloq va chekka hududlardagi raqamli tafovutni hisobga olib, mobil qurilmalar uchun qulay marketing strategiyalarini ustuvorlashtirish.

Bu takliflar mamlakatdagi internet qamrovi, elektron tijorat o'sishi va davlatning raqamli iqtisodiyotni qo'llab-



quvvatlash siyosati bilan uyg'unlashadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, innovatsion yondashuvlar asosida raqamli marketing strategiyalarini rivojlantirish bugungi raqamli iqtisodiyot sharoitida korxonalar faoliyati samaradorligini oshirishning muhim strategik yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Raqamli texnologiyalar, ayniqsa, sun'iy intellekt, katta ma'lumotlar, marketingni avtomatlashtirish tizimlari, qidiruv tizimlarini optimallashtirish mexanizmlari, kontent marketing va ijtimoiy tarmoqlar asosidagi kommunikatsiya vositalari marketing faoliyatining an'anaviy shakllarini tubdan o'zgartirmoqda. Natijada marketing endilikda faqat mahsulot yoki xizmatni targ'ib qilish vositasi sifatida emas, balki iste'molchi ehtiyojlarini oldindan aniqlash, bozordagi o'zgarishlarga moslashish, maqsadli auditoriya bilan barqaror aloqalarni shakllantirish va uzoq muddatli raqobat ustunligini ta'minlashga xizmat qiluvchi kompleks boshqaruv mexanizmiga aylanmoqda.

Maqolada olib borilgan tahlillar innovatsion raqamli marketing strategiyalarining samaradorligi, avvalo, ma'lumotlarga tayangan qarorlar qabul qilish tizimi bilan bog'liq ekanini tasdiqlaydi. Korxonalar iste'molchilarning xarid xulqi, qiziqishlari, onlayn faolligi va raqamli platformalardagi munosabatlarini tahlil qilish orqali marketing strategiyalarini aniqroq, moslashuvchanroq va natijadorroq shakllantira oladi. Ayniqsa, segmentatsiya va personalizatsiya jarayonlarining takomillashuvi korxonalar maqsadli auditoriyaga individual yondashuv asosida murojaat qilish, reklama xarajatlarini optimallashtirish hamda konversiya darajasini oshirish imkonini beradi. Bu esa raqamli marketing strategiyalarining innovatsion mohiyati ularning texnologik yangiligidagina emas, balki resurslardan samarali foydalanish va natijalarni aniq o'lchash imkoniyatida ham namoyon bo'lishini ko'rsatadi. Shuningdek, tadqiqot davomida raqamli marketing strategiyalarini rivojlantirishda ko'p kanalli kommunikatsiya modelining ustuvorligi asoslab berildi. Zamonaviy raqamli makonda iste'molchi bir vaqtning o'zida bir necha platformalarda faol bo'lgani sababli, korxonalar marketing kommunikatsiyasini yagona strategik tizim asosida olib borishi zarur. Ijtimoiy tarmoqlar, qidiruv tizimlari, elektron tijorat platformalari, mobil ilovalar, elektron pochta marketingi va chatbotlar o'rtasidagi integratsiyalashgan yondashuv mijoz bilan o'zaro aloqaning uzluksizligini ta'minlaydi. Bu esa brend tan olinishi, mijoz sodiqligi va bozordagi pozitsiyaning mustahkamlanishiga xizmat qiladi. Demak, innovatsion raqamli marketing strategiyasi o'z mohiyatiga ko'ra alohida vositalar yig'indisi emas, balki turli texnologik va kommunikativ elementlarning yagona maqsadga yo'naltirilgan tizimidir.

Bundan tashqari, raqamli marketing strategiyalarini ishlab chiqishda etik tamoyillar, ma'lumotlar xavfsizligi va iste'molchi ishonchini ta'minlash masalalari ham alohida e'tibor talab qiladi. Sun'iy intellekt va ma'lumotlarga asoslangan marketing vositalari korxonalar uchun keng imkoniyatlar yaratishi bilan birga, shaxsiy ma'lumotlardan foydalanish, reklama shaffofligi, manipulyativ kommunikatsiya va iste'molchi huquqlarini himoya qilish bilan bog'liq yangi xavflarni ham yuzaga keltiradi. Shu bois innovatsion raqamli marketing strategiyalarining barqarorligi texnologik samaradorlik bilan bir qatorda, ularning ijtimoiy mas'uliyat, shaffoflik va ishonchlilik tamoyillariga qay darajada mos kelishi bilan ham baholanishi maqsadga muvofiqdir.

Umuman olganda, tadqiqot natijalariga tayangan holda xulosa qilish mumkin, innovatsion yondashuvlar asosida raqamli marketing strategiyalarini rivojlantirish korxonalar bozor konyunkturasiga tez moslashish, iste'molchilar ehtiyojini chuqurroq anglash, marketing resurslaridan samarali foydalanish va uzoq muddatli raqobat ustunligini shakllantirish imkonini beradi. Ayniqsa, sun'iy intellektga asoslangan segmentatsiya, avtomatlashtirilgan kommunikatsiya, kontent va SEO integratsiyasi, ko'p kanalli marketing va monitoring tizimlari korxonalar faoliyatida yuqori amaliy natija beruvchi ustuvor yo'nalishlar sifatida namoyon bo'lmoqda. Shundan kelib chiqib, kelgusida raqamli marketing strategiyalarini ishlab chiqishda texnologik innovatsiyalarni boshqaruv yondashuvlari bilan uyg'unlashtirish, sohani mahalliy bozor xususiyatlariga moslashtirish va natijadorlikni ilmiy asosda baholash bo'yicha tadqiqotlarni yanada chuqurlashtirish zarur.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 28-apreldagi PQ-4699-son "Raqamli iqtisodiyot va elektron hukumatni keng joriy etish chora-tadbirlari to'g'risida"gi qarori. <https://lex.uz/docs/-4800657>
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 14-oktabrdagi PQ-358-son "Sun'iy intellekt texnologiyalarini 2030-yilga qadar rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi qarori. <https://lex.uz/docs/-7158604>
3. Barker, A. (2019). *Online advertising: Trends, benefits and risks for consumers* (OECD Digital Economy Papers No. 272). Paris: OECD Publishing.
4. Cioppi, M., Curina, I., Francioni, B., & Savelli, E. (2023). Digital transformation and marketing: A systematic and thematic literature review. *Italian Journal of Marketing*, 2023(2), 207–288. DOI: 10.1007/s43039-023-00067-2.
5. DataReportal. (2025). *Digital 2026: Uzbekistan*. DataReportal — Global Digital Insights.
6. International Telecommunication Union. (2024). *Facts and Figures 2024: Internet use*. Geneva: ITU.
7. Kumar, V., Ashraf, A. R., & Nadeem, W. (2024). AI-powered marketing: What, where, and how? *International Journal of Information Management*, 77, 102783. DOI: 10.1016/j.ijinfomgt.2024.102783.



8. McKinsey & Company. (2023). *The economic potential of generative AI: The next productivity frontier*. McKinsey Global Institute.
9. McKinsey & Company. (2025). *The state of AI: How organizations are rewiring to capture value*. McKinsey & Company.
10. O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi. (2025). *Elektron tijorat savdo hajmi (yillik)*. SIAT statistik ma'lumotlar bazasi.
11. UN Trade and Development. (2024). *Digital Economy Report 2024: Shaping an environmentally sustainable and inclusive digital future*. Geneva: United Nations.
12. United Nations Development Programme. (2025). *Digital Economy of Uzbekistan: The State of Digital Entrepreneurship and Artificial Intelligence*. Tashkent: UNDP Uzbekistan.
13. WARC. (2024). *Global Ad Spend Outlook 2024/25*. World Advertising Research Center.
14. Ziakis, C., & Vlachopoulou, M. (2023). Artificial intelligence in digital marketing: Insights from a comprehensive review. *Information*, 14(12), 664. DOI: 10.3390/info14120664.

muhandislik **& iqtisodiyot**

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir Alibekov

Sahifalovchi va dizayner: Abdurahmon Qurbonov

2026. № 6

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Muhandislik va iqtisodiyot" jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar ma'sul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelmasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

"Muhandislik va iqtisodiyot" jurnali 26.06.2023-yildan
O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi
Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan
№S-5669245 reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.

Litsenziya raqami: №095310.

**Manzilimiz: Toshkent shahri Yunusobod
tumani 15-mavze 19-uy**





+998 93 718 40 07



<https://muhandislik-iqtisodiyot.uz/index.php/journal>



t.me/yait_2100